

SKRIPSI

**PENGARUH *TIME AVAILABLE*, *SHOPPING ENJOYMENT* DAN
IMPULSE BUYING TENDENCY TERHADAP *IN-
STORE BROWSING* DI HYPERMARKET SURABAYA**



OLEH :

HELEN ERICHA JULIANA

3103006281

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2011

PENGARUH *TIME AVAILABLE, SHOPPING ENJOYMENT,*
DAN IMPLUSE BUYING TENDENCY TERHADAP *IN-STORE*
BROWSING

DI HYPERMARKET SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDAYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Oleh:

HELEN ERICHA JULIANA

3103006281

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *TIME AVAILABLE*, *SHOPPING ENJOYMENT*, DAN
IMPLUSE BUYING TENDENCY TERHADAP *IN-STORE BROWSING*
DI HYPERMARKET SURABAYA

Oleh:

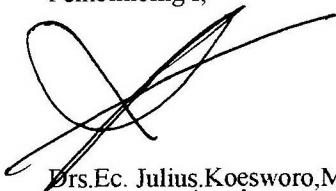
HELEN ERICHA JULIANA

3103006281

Telah Disetujui dan Diterima Untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs. Ec. Julius Koesworo, MM

Tanggal: 28/10/2011

Pembimbing II,



Veronika Rahmawati, SE, M.Si

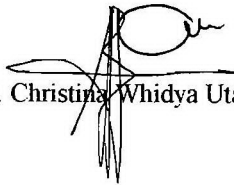
Tanggal: 18 Okt 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Helen Ericha Juliana. NRP : 3103006281

Telah diuji pada tanggal 26 oktober 2011 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

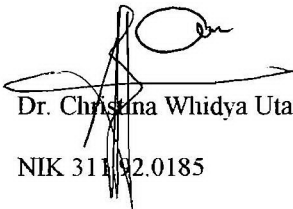
Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Whidya Utami, MM

Mengetahui :

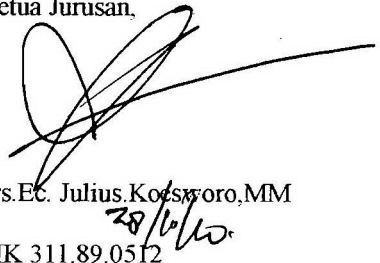
Dekan ,



Dr. Christina Whidya Utami, MM

NIK 311.92.0185

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Julius Koesworo, MM

NIK 311.89.0512

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Helen Ericha Juliana

NRP : 3103006281

Judul Tugas Akhir : *PENGARUH TIME AVAILABLE,
SHOPPING ENJOYMENT, DAN
IMPLUSE BUYING TENDENCY TERHADAP
IN-STORE BROWSING DI HYPERMARKET
SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah **ASLI** karya tulis saya. Apabila terbukti karya tulis ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan / ditampilkan diinternet atau media lain (Digital Library perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Dengan pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Oktober 2011

Yang menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kuasa, kemurahan dan kasih karuniaNya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *TIME AVAILABLE, SHOPPING ENJOYMENT* DAN *IMPLUSE BUYING TENDENCY* TERHADAP *IN-STORE BROWSING* DI HYPERMARKET SURABAYA”** tepat pada waktunya. Adapun penusunan skripsi ini adalah salah satu syarat akademis untuk meraih gelar sarjana bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Kelancaran penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan memberikan saya kekuatan dan ketabahan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Chr. Widya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala.
3. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala dan dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, dan memberi saran dari awal hingga akhir rangkaian penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dengan sabar, memberi saran dan memberikan pengarahan yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Semua dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.
6. *Special thanks for my Parents*, papa dan mama yang dengan penuh cinta kasih memberikan dukungan baik materi maupun spiritual, mendoakan kelancaran skripsi ini hingga selesai tepat waktu dan masa depan penulis. Terima kasih yang mendalam atas kesempatan menempuh studi S-1.
7. *Thanks for my Boy Friends*, Devian Junianto Andika WS yang telah memberikan dukungan, perhatian, bantuan dan doa untuk kelancaran skripsi tepat waktu.
8. *My special Friends*, Yulyana, Monika Setiawati , Maria Angela, yang telah membantu memberi dukungan dan doa untuk kelancaran skripsi tepat waktu.
9. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya, saran, dan kritik yang membangun.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, kemampuan dan tenaga yang saya miliki. Sehingga dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Oktober 2010

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Ritel.....	8
2.2.2. <i>Time Available</i>	9
2.2.3. <i>Shopping Enjoyment</i>	12
2.2.4. Perilaku Konsumen.....	14
2.2.5. <i>Impuls Buying Tendency</i>	17
2.2.6. <i>Instore Browsing</i>	21
2.2.7. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.2.8. Model Penelitian.....	24

2.2.9. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB 3: METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Desain Penelitian Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel.....	26
3.2.1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	26
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2.3. Skala Pengukuran Variabel.....	28
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.4. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5.1. Populasi.....	29
3.5.2. Sampel.....	29
3.5.3. Teknik Pengambilan Data.....	30
3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	30
3.8. Teknik Analisis Data.....	31
3.9.1. Uji Koefisien Regresi (Uji F).....	32
3.9.2. Uji T.....	33
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Deskripsi Data.....	35
4.1.1. Karakteristik Responden.....	35
4.1.2. Validitas dan Reabilitas Jawaban Responden.....	38
4.2. Analisis Data.....	42
4.2.1. <i>Output</i> Regresi Linear Berganda.....	42
4.2.2. Analisis Hubungan.....	44
4.2.3. Analisa Determinasi	45
4.2.4. Pengujian Model Fit.....	45

4.3. Pengujian Hipotesis.....	46
4.3.1. Pengujian Hipotesis 1.....	46
4.3.2. Pengujian Hipotesis 2.....	47
4.3.3. Pengujian Hipotesis 3.....	48
4.4. Pembahasan.....	49
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1. Simpulan.....	51
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	51
5.3. Saran.....	52

DAFTAR TABEL

Nomor:

2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	8
4.1. Profile Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	35
4.2. Profile Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.3. Profile Responden Berdasarkan Pendidikan.....	37
4.4. Profile Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
4.5. Uji Validitas Variabel Persepsi <i>Time Available</i>	38
4.6. Uji Validitas Variabel <i>Shopping enjoyment</i>	38
4.7. Uji Validitas Variabel <i>Impulse Buying Tendency</i>	39
4.8. Uji Validitas Variabel <i>Instore browsing</i>	41
4.9. Uji Reliabilitas Jawaban Responden.....	42
4.10. <i>Output</i> Statistik Regresi Linear Berganda.....	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor:

2.1. Bagan proses pengambilan keputusan oleh konsumen.....	16
2.2. Model proses pasca akuisisi.....	17
2.3. Kerangka Penelitian.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor :

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden Penelitian
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas
5. Regression
6. Data isian kuisioner

Abstraks

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *time available*, *shopping enjoyment*, dan *impulse buying tendency* terhadap *instore browsing* di Hypermart Surabaya. Jumlah responden penelitian sebanyak 200 sampel dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *time available*, *shopping enjoyment*, dan *impulse buying tendency* berpengaruh terhadap *instore browsing* di Hypermarket Surabaya. Diantara variabel penelitian *impulse buying tendency* memiliki pengaruh paling besar terhadap *instore browsing* di Hypermarket.

Kata Kunci: *Time Available, Shopping Enjoyment, Impulse Buying Tendency, instore browsing*, Hypermarket Surabaya

EFFECT TIME AVAILABLE, SHOPPING ENJOYMENT, AND IMPULSE BUYING TENDENCY TOWARDS INSTORE BROWSING AT HYPERMART SURABAYA

Abstract

The pupurpose of this research is identifying the influenced of *time available*, *shopping enjoyment*, and *impulse buying tendency* towards *instore browsing* at Hypermart Surabaya. The count of samples are 200 samples and data technique analysis by multiple regression.

This research showing that *time available*, *shopping enjoyment*, and *impulse buying tendency* has influenced toward *instore browsing* at Hypermarket Surabaya. The *impulse buying tendency* is one of the variables has tge greatest influenced towards *instore browsing* at Hypermarket.

Keywords: *Time Available, Shopping Enjoyment, Impulse Buying Tendency, Instore browsing, Hypermarket Surabaya*